

DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah (Jakarta: CV Darua Sunnah, 2007)

BUKU

Agung Widhi Kurniawan dan Zahra Puspitaningtyas, "*Metode Penelitian Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*" (Bandung: Alfabet, 2013)

Ahmad Tanzeh, "*pengantar metode penelitian kualitatif*" (Yogyakarta: Teras, 2009)

Asrof Syafi'i, "*Metode Penelitian Pendidikan*" (Surabaya: Elkaf, 2005)

Bustari Muchtar, dkk. "*Bank dan Lembaga Keuangan Lain.*" (Jakarta: Kencana, 2016)

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahan.* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007)

Hermansyah. "*Manajemen Nasional*". (Jakarta: Prenada Media Group, 2009)

Ismail, *Perbankan Syariah.* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2011)

Kasmir, "*Manajemen Perbankan*". (Jakarta: PT. Rajawali Pers Raja Grafindo Persada, 2008)

Kother Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.* (Jakarta: Erlangga 2008)

Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.* (Sidoarjo: Zifatma Publishing, 2008)

Surayani, “*Buku Saku Bank Syariah ringkas dan praktis*”. (Jakarta: Lembaga Pengembang Manajemen dan Publikasi Imperium, 2020)

JURNAL, DAN SKRIPSI

Abbas, I. Afan, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado*”. Universitas Sam Ratulangi Manado. Vol. 8, No. 1 (Indonesia, 2018)

Luntang W. G. A, dkk. “*Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT*”. Jurnal EMBA. Vol. 7, No. 4 (Indonesia, 2019)

Oktaviani, Dea. ddk. “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Kredit Kepemilikan*

Rumah (KPR) Geria Hasanah Di Bank Syariah Indonesia”. STEBIS IGM Palembang. Vol. 5 No. 1 (Indonesia, 2020)

Purwati, Sri. “*Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicilan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*” (Lampung: UIN Raden Intan Lampung 2019)

Prasetya, Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian*. (Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara, 2004)

Rahmi, Yulia. “*Analisa Strategi Pemasaran Pemasaran Pada Prosuik Sepeda*

Motor Matrik Berupa Segmentasi, Targeting Dan Positioning Di

Semarang”. Jurnal STIE Semarang. Vol. 5, No. 2 (Indonesia, 2013)

Suhri, Muhammad. 2021. “*Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat*

Masyarakat Di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar”. STAI Nahdatul

Wathan NTB. Vol. 1, No 1

LITERATUR LAIN

Bank Syariah, “KPR BTN Bersubsidi ib.” <https://www.btn.co.id/id/Syariah-Home/Syariah-Data-Sources/Produk-Links-Syariah/Produk-BTN-Syariah/Pembiayaan/Pembiayaan-Perumahan/KPR-BTN-Bersubsidi-Ib>.

(28 januari 2023 pukul 23:03)

<http://muslim.or.id/6552-rumah-tempat-tinggal-suatu-nikmat-yang-terlupakan.html> (diakses pada tanggal 19 januari pukul 01:28)

<http://www.btn.com.id>

Lampiran

Narasumber: 1

Nama: *Acia Yuwedli Marawis*

Jabatan:

Kekuatan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Kualitas Produk				✓
2. Lokasi strategi			✓	
3. Etos kerja dan komitmen karyawan tinggi			✓	
4. Tempat yang nyaman				✓
5. Mampu bertahan di masa pandemi			✓	
6. Pelayanan yang baik terhadap nasabah				✓
7. Memiliki SOP				✓
Kelemahan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Antrian cukup lama		✓		
2. Bank belum kompeten khusus digital seperti UX Designer, media sosial, marketing, dll		✓		
3. Kurangnya informasi kegiatan pameran		✓		
4. Promosi kurang maksimal		✓		
5. Area parkir yang kurang luas		✓		
Peluang	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pemanfaatan pertemuan virtual untuk pelatihan dan seminar			✓	
2. Biaya murah dengan zoom untuk pelatihan				✓
3. Hubungan baik dengan pemasok				✓
4. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mewah			✓	
5. Perubahan teknologi				✓
Ancaman	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pandemi covid 19 mengurangi minat nasabah untuk mengambil KPR		✓		
2. Naiknya harga bahan baku dan pendukung	✓			
3. Kepekaan harga oleh nasabah		✓		

Narasumber: 2

Nama: *Robandy*

Jabatan:

Kekuatan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Kualitas Produk			✓	
2. Lokasi strategi			✓	
3. Etos kerja dan komitmen karyawan tinggi		✓		
4. Tempat yang nyaman				✓
5. Mampu bertahan di masa pandemi			✓	
6. Pelayanan yang baik terhadap nasabah			✓	
7. Memiliki SOP				✓
Kelemahan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Antrian cukup lama		✓		
2. Bank belum kompeten khusus digital seperti UX Designer, media sosial, marketing, dll			✓	
3. Kurangnya informasi kegiatan pameran		✓		
4. Promosi kurang maksimal		✓		
5. Area parkir yang kurang luas		✓		
Peluang	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pemanfaatan pertemuan virtual untuk pelatihan dan seminar			✓	
2. Biaya murah dengan zoom untuk pelatihan				✓
3. Hubungan baik dengan pemasok				✓
4. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mewah				✓
5. Perubahan teknologi			✓	
Ancaman	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pandemi covid 19 mengurangi minat nasabah untuk mengambil KPR			✓	
2. Naiknya harga bahan baku dan pendukung		✓		
3. Kepekaan harga oleh nasabah		✓		

Narasumber: 3

Nama: Mansur

Jabatan:

Kekuatan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Kualitas Produk				✓
2. Lokasi strategi			✓	
3. Etos kerja dan komitmen karyawan tinggi			✓	
4. Tempat yang nyaman			✓	
5. Mampu bertahan di masa pandemi		✓		
6. Pelayanan yang baik terhadap nasabah			✓	
7. Memiliki SOP				✓
Kelemahan	N I L A I			
	1 (Kelemahan Utama)	2 (Kelemahan Kecil)	3 (Kekuatan Kecil)	4 (Kekuatan Besar)
1. Antrian cukup lama		✓		
2. Bank belum kompeten khusus digital seperti UX Designer, media sosial, marketing, dll		✓		
3. Kurangnya informasi kegiatan pameran		✓		
4. Promosi kurang maksimal		✓		
5. Area parkir yang kurang luas		✓		
Peluang	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pemanfaatan pertemuan virtual untuk pelatihan dan seminar		✓		
2. Biaya murah dengan zoom untuk pelatihan			✓	
3. Hubungan baik dengan pemasok				✓
4. Gaya hidup masyarakat yang cenderung mewah				✓
5. Perubahan teknologi			✓	
Ancaman	N I L A I			
	1 (Buruk)	2 (Rata-Rata)	3 (Diatas Rata- Rata)	4 (Super)
1. Pandemi covid 19 mengurangi minat nasabah untuk mengambil KPR		✓		
2. Naiknya harga bahan baku dan pendukung		✓		
3. Kepekaan harga oleh nasabah		✓		